

## PERANCANGAN VIDEO *ONE DAY IN COASTPARK* BERBASIS *STOPMOTION* SEBAGAI MEDIA PROMOSI APARTEMEN *COASTPARK*

Gendhy Dwi Harlyan<sup>1)</sup>, Alfarozi<sup>2)</sup>

<sup>1,2)</sup> Jurusan Teknik Informatika, Prodi Animasi, Politeknik Negeri Batam  
Batam Centre, Jl. Ahmad Yani, Tlk. Tering, Kec. Batam Kota, Kota Batam, Kepulauan Riau.  
E-mail: <sup>1)</sup>[gendhy@polibatam.ac.id](mailto:gendhy@polibatam.ac.id), <sup>2)</sup>[alfarozii123@gmail.com](mailto:alfarozii123@gmail.com)

### ABSTRAK

Saat ini multimedia menjadi salah satu tempat untuk menyampaikan informasi, dan multimedia juga menjadi media promosi yang banyak digunakan untuk penyampaian informasi yang dapat berupa video animasi dan menjadikannya hal yang penting, seperti halnya animasi 2D yang banyak digunakan untuk memberikan informasi kepada *audience*. Dalam penelitian ini, video *Stopmotion One Day in Coastpark* menggunakan metode *Research and Development (R&D)* dan model pengembangan *ADDIE* : *Analysis* atau analisis, *Design* atau desain, *Develop* atau Pengembangan, *Implement* atau implementasi, dan *Evaluate* atau evaluasi. Hasil video *Stopmotion One Day in Coastpark* dibagikan kepada *audience* untuk mendapat nilai ketertarikan melihat video serta kelayakan video sebagai media promosi apartemen *Coastpark*.

**Kata kunci** : *stopmotion*, media promosi, *R&D*, *ADDIE Model*

### ABSTRACT

*Multimedia is one place to convey information, and multimedia is also a widely used promotional media. Currently, the media for delivering information in the form of animated videos is important. As well as 2D Animation which is widely used to provide information to the audience. In this study, video Stopmotion One Day in Coastpark uses research and development (R&D) methods and ADDIE development model : Analysis, Design, Develop, Implement, and Evaluate. The results of the Stopmotion One Day in Coastpark video are shared with the audience to get an interest score in seeing the video and the feasibility of the video as a promotional medium for the Coastpark apartment.*

**Keywords** : *Stopmotion, Promotion Media, R&D, ADDIE Model*

### 1. PENDAHULUAN

Multimedia merupakan sarana yang tepat untuk mempermudah menyampaikan informasi dalam bentuk audio atau pun video. Multimedia juga mampu menghasilkan sesuatu menjadi lebih menarik. Salah satu penerapan multimedia adalah untuk memvisualisasikan produk baru PT. Agung Podomoro Land yaitu apartemen *Coastpark* kepada masyarakat luas, yaitu dengan menempatkannya dalam konteks, maka dari itu multimedia dapat didefinisikan sebagai pemanfaatan komputer untuk membuat dan menggabungkan teks, grafik, audio, video dan animasi dengan menggabungkan *link* dan

*tool* yang memungkinkan pemakai melakukan navigasi, berinteraksi, berkreasi dan berkomunikasi guna pemenuhan kebutuhan informasi bagi manusia baik yang bergerak di bidang pendidikan, perusahaan, hiburan dan sebagainya yang mengalami perubahan pola atau cara [1].

Dengan berbagai alasan, manusia pada saat ini cenderung menginginkan perolehan dan penyimpanan informasi dengan cara-cara yang sederhana, cepat, menyenangkan, dan efisien dalam pemakaian ruang dan dengan biaya yang relatif murah, berdasarkan pengamatan terhadap kemampuan manusia dalam menerima dan

mengingat informasi yang diterimanya, Banyak masyarakat luas lebih tertarik melihat lewat tayangan video dibandingkan dengan surat kabar atau selebaran-selebaran. Lewat tayangan video, masyarakat lebih mudah memahami dan mengenal lebih jauh tentang produk baru PT. Agung Podomoro Land yaitu apartemen *Coastpark* tersebut karena pada umumnya beberapa apartemen hanya mengutamakan informasi dengan animasi ataupun video yang kurang dipahami oleh masyarakat dimana pada animasi yang mereka hasilkan terlihat kaku dengan teks yang kurang cocok dengan video yang dihasilkan, sehingga belum cocok untuk ditampilkan pada media promosi itu sendiri.

Multimedia dalam globalisasi saat ini adalah salah satu cara yang baik untuk memfasilitasi transmisi informasi dalam bentuk audio atau visual. Multimedia juga dapat membuat hal-hal menjadi lebih menarik, Salah satu aplikasi multimedia adalah visualisasi apartemen *Coastpark* dalam bentuk *stopmotion*. PT. Agung Podomoro Land sebagai obyek pada penelitian ini adalah perusahaan pengembang *property* terpercaya, yang membangun *Tower Coastpark* di kawasan Orchard Batam, bekerja sama dengan peneliti membuat video promosi *Stopmotion* bergaya milenial agar menarik minat anak muda untuk membeli apartemen *Coastpark*, dengan gaya kekinian dan unik. Maka dalam penelitian ini akan dibuat suatu dokumentasi yang dikemas dalam sebuah video *stopmotion Apartemen Coastpark*. *Stopmotion* menyajikan informasi sudah menjadi trend untuk saat ini, mampu menampilkan suatu benda yang tidak mampu diwujudkan dengan media rekam. Oleh karena itu, *stopmotion* dinilai dapat memberikan sebuah media informasi yang menarik dan unik.

## 2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini terdiri dari beberapa tahapan untuk pembuatan *Video One Day In Coastpark* sebagai media promosi apartemen *Coastpark*, yang menggunakan metode R&D dengan model menerapkan pada *ADDIE Analysis* (analisis), *Design* (Desain) *Develop* (Pengembangan), *Implement* (Implementasi), dan *Evaluate* (Evaluasi) [2]–[6] seperti yang disajikan pada gambar 1.

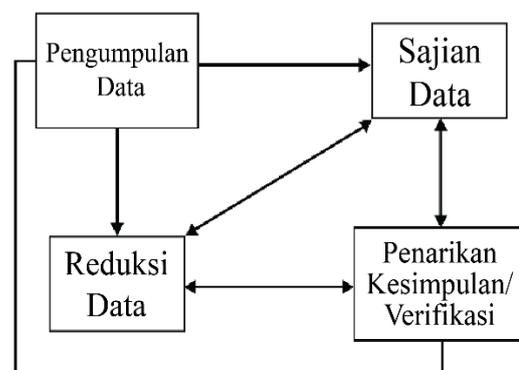


Gambar 1. ADDIE Model

Beberapa penelitian sebelumnya yang terkait : Pengembangan Video Pembelajaran *Stopmotion* dengan Aplikasi Wondershare Filmora Pada Mata Pelajaran Matematika di Sekolah Dasar [10].

### 2.1. Tahapan Analisis

Pada tahapan analisis, diperlukan identifikasi masalah atau kebutuhan dalam penelitian yang dalam penelitian ini menggunakan analisis model *Miles & Huberman* seperti pada gambar 2, dengan populasi yang diambil yaitu masyarakat Batam yang mungkin mempunyai minat untuk membeli apartemen. Sampel penelitian ini 40 orang responden, berumur 21-55 tahun, baik yang belum mengetahui apartemen *Coastpark* maupun yang sudah mengetahui.



Gambar 2. Model Analisis Miles & Huberman

## 2.2. Tahapan Design

Pada tahapan ini penulis mencari ide cerita, *storyline*, *storyboard*, dan menyiapkan komponen pendukung yang sesuai dengan kebutuhan pembuatan video.

### 2.2.1 Naskah/Ide Cerita

Pada tahap pembuatan naskah atau ide cerita pada penelitian ini akan memaparkan tujuan video *stopmotion* yang akan dibuat, yang akan diselaraskan dengan kebutuhan video promosi dalam bentuk *stopmotion*.

### 2.2.2 Storyline

*Storyline* pada penelitian ini bertujuan sebagai gambaran konsep yang berurut dan sudah ditentukan untuk pembuatan video sebagai media promosi apartemen.

### 2.2.3 Storyboard

Adanya *storyboard* dalam penelitian ini bertujuan untuk visualisasi urutan konsep alur yang telah ada dalam bentuk gambaran pembuatan video sebagai media promosi.

### 2.2.4 Menyiapkan Komponen Pendukung

Tahap menyiapkan komponen pendukung dalam pembuatan video yaitu tahap dimana peneliti mengambil gambar menggunakan camera Sony A7II dan mengumpulkan bahan-bahan foto dan video, yang hasilnya disajikan pada gambar 3 sebagai contoh.



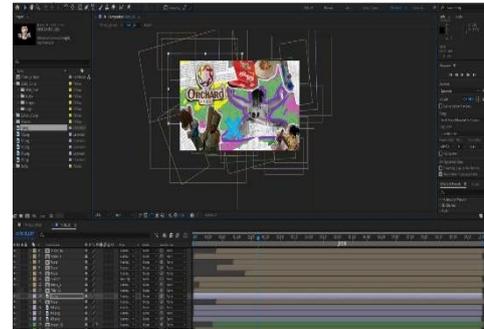
Gambar 3. Proses Pengambilan gambar

## 2.3. Tahapan Development

### 2.3.1 Compositing

Dalam tahap *compositing/editing* seperti pada gambar 4, peneliti

menggabungkan atau melakukan kompilasi visual dan audio, dimana setiap gambar dan video yang sudah diambil akan digabungkan menjadi satu kesatuan dengan memperhatikan *continuity* atau urutan / susunan *scene* yang optimal hingga alur cerita mudah diikuti oleh penonton / *audience*.



Gambar 4. Proses Compositing

### 2.3.2 Pemberian Sound Effect

Pada pembuatan video ini, peneliti memberikan *effect* dan *backsound* yang sesuai agar lebih menarik.

### 2.3.3 Render

Tahap *rendering* seperti pada gambar 5, menjadi tahap akhir dari keseluruhan proses produksi menggunakan software Adobe Premier Pro 2023.



Gambar 5. Proses Rendering

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam tahap ini peneliti melakukan uji kelayakan produk agar dapat digunakan sebagai acuan dalam kelayakan video *Stopmotion One Day In Coastpark* sebagai media promosi apartemen *Coastpark*. Penelitian menggunakan perhitungan jarak interval guna mengetahui hasil dari kuesioner.

### 3.1 Implementasi

Implementasi berupa hasil yang diuji oleh ahli informasi, ahli media, dan respon penonton terkait video yang telah dihasilkan. Pada tahap ini peneliti melakukan uji kelayakan produk untuk mengetahui kualitas produk yang telah dibuat [7]. Penelitian ahli diukur dalam perhitungan jarak interval untuk mengetahui hasil dari kuesioner [8][9]. Dari perhitungan jarak interval, berikut kriteria dari penilaian ahli informasi dan ahli media. Apabila penilaian 3 ahli informasi dan ahli media video ini memperoleh nilai rata-rata “Setuju”, maka dapat dinyatakan produk layak untuk diteruskan ke *beta testing*.

**Tabel 5.** Tabel Jarak Interval

Rata-rata Kelayakan	Kriteria
4,3 – 5,0	Sangat Setuju
3,5 – 4,2	Setuju
2,7 – 3,4	Ragu-ragu
1,9 – 2,6	Tidak Setuju
1,0 – 1,8	Sangat Tidak Setuju

Apabila penilaian 3 ahli informasi dan ahli media video ini memperoleh nilai rata-rata “Setuju”, maka dapat dinyatakan produk layak untuk diteruskan ke *beta testing*.

**Tabel 6.** Bobot Kuesioner

Jawaban	Nilai Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Ragu-ragu	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Rumus skala *Likert* dihasilkan oleh pengumpulan data, dan itu adalah sebagai berikut :

$$\text{Total Skor} = \text{Jumlah Responden X Skor}$$

Jika hasil telah didapatkan, maka dapat ditentukan skor tertinggi sebagai berikut :

$$\text{Total Maksimum} = \text{Jumlah Responden X Bobot tertinggi}$$

Dari rumus diatas, skor terbesar dapat menentukan index dalam bentuk persen (%) dengan rumus :

$$\text{Index (\%)} = (\text{Total Skor / Skor Maksimum}) \times 100$$

Jarak interval yang telah dipilih pada skala Likert akan diperhitungkan saat menyesuaikan hasil perhitungan indeks (%).

**Tabel 7.** Interval Persentase Kuesioner

Jawaban	Presentase Nilai
Sangat Setuju	80% - 100%
Setuju	60% - 79,99%
Ragu-ragu	40% - 59,99%
Tidak Setuju	20% - 39,99%
Sangat Tidak Setuju	0% - 19,99%

#### A. Uji Ahli Informasi

Pada uji ahli informasi yaitu penilaian dilakukan oleh karyawan apartemen *Coastpark*, diperoleh nilai rata-rata, 4,92 yang dapat dikategorikan (SS) “Sangat Setuju”. Dapat disimpulkan bahwa video tersebut dapat memenuhi standar kelayakan informasi, dan dapat dipublikasikan.

**Tabel 8.** Hasil Uji Alpha Ahli Informasi

No	Kode Penilai			Skor	Rata-rata
	A1	A2	A3		
1	5	5	5	15	5
2	5	5	5	15	5

3		4	5	5	14	4,6
4		5	5	5	15	5
5		5	5	5	15	5
<b>Jumlah</b>		<b>24</b>	<b>25</b>	<b>25</b>	<b>74</b>	<b>24,6</b>
<b>Rata-rata</b>		<b>4,8</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>14,8</b>	<b>4,92</b>
<b>Keterangan</b>		<b>SS</b>	<b>SS</b>	<b>SS</b>		<b>SS</b>

### B. Uji Ahli Media

Dalam penelitian ini, penilaian dilakukan oleh 2 Dosen Polibatam dan 1 *Specialist Content* di Videodotcom yang mengetahui kelayakan video *Stop Motion / content* yang mendasar serta sesuai dan dapat dinyatakan layak untuk dipublikasikan Setelah memperoleh nilai rata-rata, 4,16 yaitu kategori (S) “setuju”.

**Tabel 9.** Hasil Uji Alpha Ahli Media

No	Aspek	Nilai			Jumlah Skor Rata-rata	
		A1	A2	A3		
1	Animasi	3	4	5	12	4
		3	4	4	11	3,6
		3	4	5	12	4
		4	4	5	13	4,3
2	Teks	4	5	5	14	4,6
		4	4	4	12	4
		4	5	4	13	4,3
		3	4	5	12	4
3	Object	4	4	5	13	4,3
		4	3	5	12	4
4	Audio	4	4	5	13	4,3
		4	3	5	12	4
5	Warna	4	4	5	13	4,3
		4	4	5	13	4,3
		4	4	5	13	4,3
		4	4	5	13	4,3
		60	64	77	198	66,6

		3,7	4	4,8	12,3	4,1
		5	S	S	7	6
		S	S	S		S

**Tabel 10.** Hasil Uji Beta Kuesioner Yang Telah Diolah

No	Total Skor	Interpretasi
1	241	87,63%
2	235	85,45%
3	256	93,09%
4	236	85,81%
5	248	90,18%
6	254	92,36%
7	253	92%
8	248	90,18%

### C. Uji Responden

Uji responden dilakukan, agar mengetahui apakah video *One Day in Coastpark* menarik untuk dijadikan video promosi atau tidak.

**Jumlah persentase (%) = setiap pertanyaan / Jumlah pertanyaan**

$$\text{Jumlah Presentase} = 716,7/8 = 89,58$$

Melalui hasil kuesioner yang sudah dibagikan kepada masyarakat kota Batam, presentase penilaian yang didapat sebesar 89,58 yang termasuk dalam kategori (SS) “Sangat setuju”, maka dapat dinyatakan bahwa produk ini dapat dijadikan media promosi apartemen *Coastpark*.

### 3.2 Hasil Evaluation (Evaluasi)

Dari hasil pengujian dalam uji ahli informasi dan uji ahli media, produk dalam penelitian ini berbasis video, yaitu video cukup unik dan menarik untuk menjadi media promosi

apartemen *Coastpark*, meskipun ada beberapa perbaikan dalam durasi *opening*, setelah melalui beberapa perbaikan, video ini sudah layak atau sesuai.

#### 4. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini telah memperoleh hasil analisis, implementasi, pengujian dan terdapat beberapa kesimpulan diantaranya

1. Pembuatan Video Stopmotion One Day in Coastpark menerapkan metode ADDIE dengan hasil berupa video dengan format MP4 berdurasi 2 menit 13 detik, yang dipublikasikan oleh perusahaan sebagai media promosi apartemen Coastpark.
2. Melalui hasil analisis dengan uji media yaitu 4,16 dengan kategori setuju (S), dan uji informasi 4,92 dengan kategori Sangat setuju (SS), serta hasil dari perhitungan responden memperoleh nilai 89,58 % yang termasuk dalam kategori Sangat Setuju (SS), dapat diartikan bahwa video Stopmotion One Day in Coastpark layak menjadi media proosi Apartemen Coastpark.

#### 5. DAFTAR PUSTAKA

- [1] H. Heriansyah and O. Wijaya, "PEMANFAATAN MULTIMEDIA SEBAGAI MEDIA PROMOSI PENERIMAAN SISWA BARU PADA SMP NEGERI 2 PAGAR ALAM," *Jurnal Informatika*, vol. 10, no. 1, pp. 23–29, 2021.
- [2] L. D. Mulyar, V. Serevina, and A. S. Budi, "Pengembangan Modul Elektronik Model Discovery Learning Materi Hukum Newton Tentang Gerak Dengan Video Stop Motion," in *Prosiding Seminar Nasional Fisika (E-Journal)*, 2018, pp. SNF2018-PE.
- [3] K. Sebrina, "Penciptaan Animasi 2d 'Rasian'," *Peranc. Progr. Acara Telev. Featur. Eps. Suling Gamelan Yogyakarta*, pp. 1–109, 2017.
- [4] R. R. Nugroho, "PENCIPTAAN FILM ANIMASI 2D 'DEADLY THING,'" Institut Seni Indonesia Yogyakarta., Yogyakarta, 2018.
- [5] S. Pamujianto, M. Suyanto, and A. F. Sofyan, "Teknik Hand Tracking Menggunakan Metode Inverse Kinematics Pada Pembuatan Animasi 3D," *JOINTECS (Journal of Information Technology and Computer Science)*, vol. 3, no. 1, Jan. 2018, doi: 10.31328/jointecs.v3i1.496.
- [6] S. Bakhri, "Animasi Interaktif Pembelajaran Huruf dan Angka Menggunakan Model ADDIE," *INTENSIF: Jurnal Ilmiah Penelitian dan Penerapan Teknologi Sistem Informasi*, vol. 3, no. 2, p. 130, May 2019, doi: 10.29407/intensif.v3i2.12666.
- [7] H. Hendryadi, "VALIDITAS ISI: TAHAP AWAL PENGEMBANGAN KUESIONER," *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, vol. 2, no. 2, pp. 169–178, Jun. 2017, doi: 10.36226/jrmb.v2i2.47.
- [8] W. Budiaji, "Skala pengukuran dan jumlah respon skala likert," *Jurnal ilmu pertanian dan perikanan*, vol. 2, no. 2, pp. 127–133, 2013.
- [9] S. Maryanti and D. trie Kurniawan, "Pengembangan Media Pembelajaran Video Animasi Stop Motion Untuk Pembelajaran Biologi Dengan Aplikasi Picpac," *Jurnal BIOEDUIN*, vol. 8, no. 1, pp. 26–33, 2018.